السياحة في ولاية المدية

تملك ولاية المدية إمكانيات سياحية غنية ومتنوعة، وهي منطقة تمزج بين جمال الطبيعة للأطلس التلي، وحرارة المناخ لمناطق السهوب وبعض من خصائص الصحراء. وهي أيضا منطقة تتيح للزائر فرصة التمتع والاستكشاف لمناظر طبيعية خلابة وغطاء نباتي غزير خاصة على مستوى منعرجات شفة والمرتفعات الغابية بكل من تمزقيدة، الحوضين وأولاد عنتر، وبن شكاو، كما أن جبالها تشتهر بشلالات ومجاري مائية مصدرها قمم الجبال، تأوي مختلف الحيوانات البرية النادرة، يألف جريان مياهها نغمات لا أحد بإمكانه تفكيك سرها إلا خالق الطبيعة، وتصبح أكثر جمالا عندما تقترن مع زقزقة العصافير المرحبة بزوار المدية، هذه الميزات النادرة تمنحهم إحساسا مرهفا وتحثهم على مواصلة طريقهم لاكتشاف كل جوانب المنطقة وجمالها الساحر.

الثروة الغابية التي تزخر بها ولاية المدية تشكل أحد المؤهلات السياحية الرئيسية تغطي مساحة تقدر ب161.320هكتار وهي بمثابة الرئة التي تتنفس بها المنطقة و إمكانيات طبيعية تساعد على بروز عدة أنشطة سياحية يستحسنها الزائر الذي يسعى إلى الراحة والاستجمام منها السياحة الجبلية، الصيد، التجوال والتخييم كما تعتبر غابة تمزقيدة إحدى الغابات الكبيرة في المدية وتتربع على مساحة تقدر بـــ 1.390هكتار تأوي مختلف الأصناف النباتية مثل: الصنوبر الحلبي، البلوط الفليني، البلوط الأخضر وثروة حيوانية برية مختلفة تجعل منها مكانا مؤهلا للسياحة الترفيهية والاستجمامية.

وتعتبر ايضا ولاية المدية رائدة في ميدان الصناعات التقليدية والحرف، وخاصة الفنية منها، كما تعرف تنوعا في المنتجات الحرفية، أملاه الثراء الثقافي والطبيعي لهذه المنطقة، تتصدرها الصناعات التقليدية وعلى رأس هذه المنتجات نجد:

- صناعة الخزف الفني والزليج.
- صناعة الحلفاء والسلال.
- صناعة الفخار
- الرسم على الحرير.

تمهيد:

مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية مؤسسة تتكفل بالدفاع عن المصالح العامة لقطاع السياحة والصناعة التقليدية، وذلك قصد حماية هذ ا القطاع وترقيته، وتمثل الإطار الملائم لالتقاء المهتمين بالقطاع و التشاور فيما بينهم وبين السلطات العمومية على المستوى المحلي

فمديرية السياحة والصناعة التقليدية وان كانت مؤسسة عمومية تستعين بطاقم إداري يسهر على تنفيذ برامجها ويوفر الخدمات للمهتمين بالقطاع، فإنها من جانب أخر تقوم على هياكل ومصالح ومكاتب بداخلها تقوم بمختلف المهام.

وهكذا فمديرية السياحة والصناعة التقليدية هي فضاء حقيقي يجمع بين الإدارة والمهتمين بالقطاع التابعين إقليميا، وهي السمة التي من شانها أن تفتح جانبا من الحوار والنقاش بشان ما ينبغي أن يترتب كأولوية للقطاع في جو ديمقراطي بعيد عن البيروقراطية الإدارية، وبالتال ي فهي ليست إدارة تقترب من المواطن المعني وإنما هي إدارة المواطن ذاته.

الفصل الأول:دراسة حالة المؤسسة

المبحث الأول: بطاقة فنية عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية

تعتبر مديرية السياحة والصناعة التقليدية من أهم المرافق الناشطة على المستوى المحلي بحيث ينشط فيه 34 موظف من مختلف الاختصاصات والأسلاك، من مفتشين ومتصرفين ومحاسبين ومهندسين وعمال مهنيين من كل الأصناف وعمال نظافة وأعوان أمن، وتهدف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية إلى:

توفير فضاء عم ل للمستثمرين العاملين بالقطاع بالإضافة إلى تأطير الموظفين من متصرفين ومحاسبين ومفتشين في السياحة وكذا الصناعة التقليدية وتكوينهم من أجل ممارسة مهامهم على أحسن وجه، و إبراز الإمكانيات والمؤهلات السياحية بالولاية من مواقع طبيعية وأثرية وتاريخية وحتى ثقافية، والمشاركة في التظاهرات الترقوية لتطوير قطاع السياحة والصناعة التقليدية وتقديم خدمات ومرافقة المستثمرين، كما تسعى جاهدة للعمل على الترقية والتكوين والتمهين وتحسين المستوى.

التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية:

هي م ديرية تنفيذية عمومية تمثل قطاع السياحة والصناعة التقليدية، وتمثل الشريك الأمثل للسلطات المحاكية في كل الميادين التي تعن ى بتنمية هذا القطاع، كما تعد هذه المديرية هيئة تابعة لوزارة التهيئة العمرانية و السياحة والصناعة التقليدية حاليا، حيث تأسست سنة 2000 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000-257 بتاريخ 26 شعبان 1421 هجري الموافق ل 22 نوفمبر 2000، المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة

السياحة والصناعة التقليدية والذي يحدد قواعد تنظيمها وسيرها، وتم بموجب هذا المرسوم إنشاء مديرية للسياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية ، يسيرها مدير تنفيذي يعين بمرسوم رئاسي وبناء على اقتراح وزير القطاع، كما حدد بموجب هذا القانون أيضا مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية والتي قسمت إلى ثلاثة مصالح وهي: مصلحة السياحة، مصلحة الإدارة والوسائل، مصلحة الصناعة التقليدية.

تاريخ تطور مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

مرت مديرية السياحة والصناعة التقليدية قبل أن تأخذ هذا الاسم بعدة مراحل نذكرها كالتالي:

* من سنة 1986 إلى غاية 1995 كانت عبارة عن مفتشية للسياحة، تابعة في تسيير شؤونها إلى مديرية الثقافة وتحت إشراف وزارة الثقافة .

* من سنة 1995 إلى سنة 2000 مفتشية السياحة والصناعة التقليدية، تابعة لمديرية الصناعة والمناجم وتحت إشراف وزارة الصناعة والمناجم.

* من سنة 2000 إلى سنة 2005 أصبحت مديرية السياحة مديرية تنفيذية مستقلة في تسيير أمورها، تعمل تحت وصاية وزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعة التقليدية.

* من سنة 2005 إلى سنة 2010 أصبحت تظم الصناعة التقليدية، وبالتالي أخذت اسم مديرية السياحة والصناعة التقليدية، تابعة لوزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعة التقليدية.

* من سنة 2010 إلى غاية سنة 2013 مديرية السياحة والصناعة التقليدية، تعمل تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية، وفق المرسوم التنفيذي رقم 257/10 المؤرخ في 2010/10/20 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، ويحدد مهامها وتنظيمها.

* من ماي سنة 2013 إلى غاية يومنا هذا مديرية السياحة والصناعة التقليدية، تعمل تحت وصاية وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية.[1]

المبحث الثاني: تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية(الصلاحيات والمهام)

مهام و دور مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية ومتابعة تطابق النشاطات السياحية لمقاييس التسيير وقواعد ممارسة الأ نشطة السياحية و المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة ، و توجيه ومتابعة مشاريع الاستثمار السياحي ، بالتنسيق مع الهيئات المعنية ، إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين المواقع السياحية والسهر على التنمية السياحية ، بالإضافة إلى تشجيع السياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية وجمع وتحليل وتوزيع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية المحلية، وتشجيع ظهور طلبات سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية وتسويق المنتجات

[1] الاطلاع على وثائق المؤسسة

السياحية المحلية، و دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة والحمامات المعدنية.

والسهر على تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية [1]

المبحث الثالث: تسيير وتنظيم شؤون مديرية السياحة والصناعة التقليدية: حسب المرسوم السابق ذكره قسمت مديرية السياحة والصناعة التقليدية إلى: 03مصالح كل مصلحة بها 03 أو04 مكاتب،وهذا حتى تصمن السير الحسن والاستمرارية وتحقيق أهدافها وفق برامج المخططات الوطنية، وهذا ما سنراه في المخطط الآتي :

[1] مقابلة مع السيد"لوزيم نور" مدير مديرية السياحة والصناعة التقليدية بالمدية الساعة: 10.00،يوم: 2017/07/15

شرح الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية المدية:

-**المدير:** يتولى المدير يعينه الوزير المكلف بالصناعة التقليدية بقرار، تسيير المصالح الإدارية للغرفة والسهر على تسييرها وعملها.

الأمانة:_ تتمثل مهام الأمانة في التنسيق بين المدير ومختلف الأقسام والمصالح وكذا المكاتب.

مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

يسير مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية المدية مدير معين بمرسوم وتنقسم الى ثلاثة مصالح من اجل لتحقيق أهدافها :

1. مصلحة السياحة:

تعتبر مصلحة السياحة من أهم المصالح في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، يشتغل بها 10 موظفين يترأسها رئيس مصلحة، وتنقسم بدورها إلى ثلاثة مكاتب وهي:[1]

أ -**مكتب مراقبة الأنشطة الفندقية والحمامات المعدنية** : يترأسها رئيس مكتب مكلف هذا المكتب بمراقبة ومتابعة كل الأنشطة السياحية مراقبتها من فنادق ووكالات السياحة وغيرها.

ب -**مكتب متابعة الاستثما ر والتهيئة السياحية:** يترأسها رئيس مكتب يقوم بمتابعة المشاريع الاستثمار التابعة للقطاع العام وكل ما يتعلق بالتهيئة العمرانية.

[1] مقابلة مع "السيد مهدي" رئيس مصلحة السياحة الساعة:14.00،يوم:2017/04/17

ت **مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء:** يترأسه رئيس مكتب يقوم بمتابعة مشاريع الاستثمار التابعة للقطاع الخاص ومرافقة المستثمرين ومتابعتهم، وكذا بإحصاء مختلف العمليات والمشاريع السياحية التابعة للقطاع بالولاية.

ث -**مصلحة الإدارة والوسائل:** هي مصلحة من مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية لا تقل شانا عن باق المصالح الأخرى بالمديرية، تقوم بالحفاظ على السير الحسن داخل المديرية والتنسيق بين مختلف المصالح والمكاتب والحرص على الانضباط داخل المديرية، وروح العمل واختيار الموظفين.... كما تنقسم بدورها إلى 03 مكاتب وهي:

ج -**مكتب المستخدمين والتكوين:**

مكون من 05 موظفين يسهرون على عمليات التوظيف والتكوين ومتابعة الموظفين من جميع النواحي.

ب-**مكتب الميزانية والمحاسبة:**

هو مكتب مكون من 05 موظفين 03 محاسبين ومتصرفين يسهرون على السير الحسن لتنفيذ الميزانية.

ح-**مكتب الوسائل العامة:**

مكتب مكون من يسهرون على تسير موارد المديرية حسب الميزانية. [1]

[1] مقابلة مع السيد "شيخاوي محجوب"رئيس مصلحة الإدارة والوسائل الساعة:11.00 ،يوم: 2017/05/02

2.مصلحة الصناعة التقليدية:

هي مصلحة تابعة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية وبدورها تنقسم إلى03 مكاتب وهي:

أ-مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف:ذ

مكتب مكون من مفتشين يسهرون على المحافظة على الحرف والصناعات التقليدية ومحاولة تنميتها من تشجيع الحرفيين ومرافقهم وتوجيههم ومساعدتهم.

أ -**مكتب الدراسات والإحصاء:**هو مكتب مكون من مفتشين يقومون بعمليات إحصائية وأنشطة ترقوية تشجع الصناعة التقليدية، تتمثل في إقامة معارض للصناعات التقليدية والحرف .

جمع المعلومات و لمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها والسهر على تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها ،وضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية

ت- مكتب تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والمهن:

هو مكتب مكون من مفتشين رئيسين، يسهرون على تنمية القطاع مستعينين بذلك جميع الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة بالتنسيق مع مختلف المصالح، كما أنها تساعد الحرفيين من أجل الاستفادة من تكوين لتحسين المستوى وتجديد معلوماتهم، انطلاقا من مبدأ الاستثمار في الإنسان قبل المال، باعتباره الرأسمال الحقيقي في القطاع، كما تقوم بتسطير برنامج عملها وفقا لمقتضيات القطاع في الإقليم الذي يخول لها قانونا الإشراف عليه بالإضافة أنها تزود الحرفيين

بالنصائح حول المسائل المتعلقة بالتقنيات الحرفية، وكذا في مجال التنظيم والتسيير في المحاسبة والإدارة.

أهداف مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومجالات نشاطها:

أهداف مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

تسعى مديرية السياحة و الصناعة التقليدية إلى تحقيق جملة من الأهداف تتلخص فيما يلي:

حماية المقومات السياحية و الحرف و تثمينها وتحسين إطار تنمية السياحة والصناعة التقليدية و الحرف وترقية النشاط السياحي و الصناعة التقليدية، بالإضافة إلى مرافقة المستثمرين في المجال السياحي والحرفيين المسجلين من خلال برامج التكوين وتوجيه الحرفيين و الإجابة عن انشغالاتهم كما تهدف إلى إعانة و تحسيس الشباب المستثمر وتعريفهبالموروث الثقافي الجزائري ووجوب المحافظة عليه.

مجالات نشاط مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

تصنف نشاطات مديرية السياحة والصناعة الصناعة التقليدية إلى ثلاث مجالات و هي:

01 -الاستثمار في السياحة بشقيه العمومي والخاص:

تسهر مديرية السياحة والصناعة التقليدية على ضمان جو ملائم للاستثمار في القطاع السياحي وهذا بمنح تسهيلات للمستثمرين ومرافقتهم وتوجيههم، كما تسعى المديرية الى الحفاظ على مختلف المرافق السياحية الموجودة بالولاية .

02 -الأنشطة الترقوية:

تقوم مديرية السياحة والصناعة التقليدية بعدة أنشطة ترقوية، تختلف في مضمونها وتشترك في الهدف، وهو تشجيع كل الأعمال التي لها صلة بالقطاع، حيث تقوم بتنظيم معارض محلية ووطنية، كما تقوم بالمشاركة في مختلف التظاهرات السياحية والثقافية والرياضية، إلى جانب هذا تقوم بإصدار عدة مطويات ومجلات ونشريات.

03-أنشطة المتعلقة بالصناعات التقليدية والحرف:

تتمثل في كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي، ويستعين فيه الحرفي أحيانا با لآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع تقليدي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة. وتعتبر الصناعة التقليدية صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بأصالتها و طابعها الانفرادي و إبداعها.

وصنع المواد الاستهلاكية العادية،والتي تكتسي طابعا فنيا خاصا و توجه للعائلات و للصناعة و الفلاحة.[1]

[1] مقابلة مع السيد "رشيد"رئيس مصلح الصناعة التقليدية والحرف الساعة:13.30 يوم: 2017/05/13

الفصل الثاني: تفريغ البيانات وتحليلها

نتناول في هذا الجانب من دراستنا، تفريغ بيانات الدراسة الميدانية استنادا إلى المعطيات المتحصل عليها، من الاستبيانات التي تم توزيعها على المبحوثين وجمعها،وهذا باستخدام الطريقة اليدوية،ومن ثم تبويب الإجابات في شكل جداول تحتوي على تكرارات ونسب مئوية للإجابات، بعد ذلك تأتي مرحلة تحليلها والتعليق عليها، كما وكيفا ومحاولة إيجاد تفسيرات للأجوبة المتحصل عليها من طرف المبحوثين.

كما نشير إلى أننا حددنا العينة ب 20 مبحوث من أصل 34 ، وقمنا بتوزيع الاستمارات على موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية كما أننا لم نلمس أية استمارة ملغاة.

أولا:البيانات الشخصية

توضح الجداول التالية تشخيص العينة المدروسة من حيث الجنس والسن والأقدمية في الوظيفة:

الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس		
	التكرار	النسبة
ذكر	12	%60
أنثى	8	%40
المجموع	20	%100

التعليق:

يوضح لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، أن النسبة العالية من المبحوثين هي من الذكور، حيث بلغ عددهم 12 بنسبة 60%،أما الإناث فبلغ عددهن8 بنسبة 40% من إجمال العينة.

وهو ما يترجم أن غالبية أفراد العينة وهذا ما ينطبق على طابع المؤسسة والذي يتطلب يد عاملة رجالية ،نظرا لطبيعة العمل و صعوبته و إلزامية التواجد في الميدان أكثر من التواجد داخل المؤسسة ،أما عنصر الإناث فيتوزعن في المهام السهلة و الأعمال التي تتطلب التواجد داخل المؤسسة.

الجدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

السن		
	التكرار	النسبة
من 30 – 40	17	%85
من 41–50	2	%10
من 51 فما فوق	1	%5
المجموع	20	%100

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة العمرية الأكبر هي ما بين 30–40 حيث يبلغ عددهم 17 فردا بنسبة 85% ، تليها الفئة العمرية ما بين 41–50 والتي قدر عددها بفردين بنسبة 10% أما الفئة العمرية ما بين 51 فما فوق فقد قدر عددها بفرد واحد أي ما نسبته 5% .

وهذا ما يفسر أن أغلبية موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية هم شباب وهو ما تحتاجه العملية الإدارية لكونه قادر على العطاء و التفاني و الإبداع في العمل وتحليه بالنشاط والحيوية التي تولد الحركة و الحماس في مكان العمل ،وهذا ما يؤدي إلى خلق نوع من المنافسة بين أفراد المنظمة أي بين فئة الشباب الذين يرون نفسهم في المكان الذي يلزم عليه إبراز قدراتهم المهنية ومختلف إبداعاتهم خاصة في هذا المجال، بينما الفئة العمرية التي تتراوح مابين (41–50) والتي ترى نفسها أنها هي أساس المؤسسة و العمود الذي ترتكز عليه ، و التي تملك من الخبرة في مجال العمل ما يؤهلها لتطوير المؤسسة إضافة إلى أنها تملك طموحات و تبحث عن الاحترام و تسعى

لإثبات نفسها،والنقص الكبير في الفئة العمرية الأكبر من 51 سنة فهو راجع لسياسة المؤسسة والتي تعمل على تجديد متواصل للموارد البشرية وهذا ما يؤكده ارتفاع نسبة الشباب .

الجدول رقم (3) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية في العمل

الاقدمية		
	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	7	%35
من 5إلى 10 سنوات	8	%40
أكثر من 10 سنوات	5	%25
المجموع	20	%100

التعليق:

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أن أعلى نسبة من الأقدمية في العمل كانت من 5 إلى 10 سنوات، والتي بلغ عددها 8 أفراد بنسبة 40% ، تليها الأقدمية الأقل من 5 سنوات بعدد 7 أفراد بنسبة 35%، في حين أنه لم تتحصل فئة أكثر من 10 سنوات إلا على نسبة 25% فقط بمعدل 5 أفراد .

نلاحظ تقارب في النسب من ناحية الأقدمية وهذا ما يثبت تعدد الفئات العمرية،ومنه نستنتج أن معظم موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لديهم خبرة عالية، تؤثر على المؤسسة تأثيرا كبيرا سواء إيجابا أو سلبا ،فهي التي تحدد السير الجيد والمتقن للعمل وتعمل على ربط العلاقات

بين مختلف الموظفين وذلك عن طريق الكوادر الذين لهم خبرة في هذا المجال والذين يعتبرون بمثابة دليل يقصده الموظفين الجدد لتكوين أنفسهم،والتعرف على طريقة سير المعلومات داخل المؤسسة .

ثانيا :توضح الجداول التالية الاتصال الداخلي في مديرية السياحة والصناعة التقليدية بين الموظفين فيما بينهم وبين الإدارة وذلك من خلال العينة المدروسة، وهذا حسب جنسهم وأقدميتهم.

جدول رقم (4): يبين تواصل الموظفين مع زملائهم.

هل تتواصل مع زملائك الموظفين داخل المؤسسة		
	التكرار	النسبة
نعم	20	%100
لا	0	%0
المجموع	20	%100

التعليق:

من خلال الجدول نجد أنّ كامل أفراد العيّنة والمقدر عددهم ب 20 أجابوا بأنهم يتواصلون مع بعضهم البعض داخل المؤسسة وهذا كان بنسبة 100%.

ويرجع السبب في ذلك لطبيعة العمل داخل المؤسّسة الذي يستدعي الاتصال الدائم بين الموظفين والطّابع الخدمي للمؤسّسة كونها مؤسّسة عموميّة سياحية، كما أن الأفكار السياحية دائما

في تطور وتجدّد واغلب الموظفين حائزين على شهادات في مجال السّياحة و أهم ما يميّز هؤلاء قدرتهم على التّواصل وإنشاء العلاقات وهذا ما تحتاجه مثل هذه المؤسسات لترويج خدماتها السياحية وتحسين علاقاتها بالجماهير الخارجية من خلال إعطاء صورة حسنة للعلاقات القائمة بين العمال داخل المؤسسة،وهنا يمكن القول بان الاتصال يساعد الموظفين على تبادل المعلومات و الأفكار أي كلما كان هناك نقص لدى موظف ما في المؤسسة يمكنه الاتصال من تجاوز ذلك الحاجز من خلال تواصله مع الموظفين الآخرون وفي هذه الحالة كلما كان هناك نقص لدى موظف يتم تداركه من قبل الزملاء وهذا ما يخلق نوع من التكامل لدى الموظفين حيث يصبح كل واحد فيهم مكمل للأخر وهذا ما يزيد من إنتاج المؤسسة.

الجدول (4-1): يبين مدى تواصل الموظفين مع زملائهم حسب متغير الجنس:

هل تتواصل مع زملائك الموظفين داخل المؤسسة						
	الجنس					
	ذكر		أنثى		المجموع	
	التّكرار	النّسبة	التّكرار	النّسبة	التّكرار	النّسبة
نعم	12	%60	8	%40	20	%100
لا	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	12	%60	8	%40	20	%100

التحليل الكمي: الجدول (4-1)

حسب الجنس:

من خلال الجدول يتبيّن لنا أنّ: عدد الذكور الذين أجابوا بنعم هو 12 من إجمال العيّنة ما نسبتهم 60% وفي مقابل ذلك أجابت 8 من الإناث بنعم ما نسبتهم 40% ، في حين أنّ الإجابة ب لا منعدمة لدى الجنسين

التحليل الكيفي:

ويرجع سبب ذلك إلى طبيعة العمل التي تحتم الاتّصال والطّابع المهني للمؤسّسة الذي يقتضي اختيار قدرات شبانيّة قادرة على خلق جو من الأخوة في العمل من أجل تحقيق أهداف المؤسّسة، و

نستنتج أيضا أنّ عامل الجنس لم يشكل أي فارق لدى موظفي مديرية السياحة ،كما أن تواجد نسبة قليلة من الإناث وسط مجتمع رجالي لم يشكل أي عائق أو مشكل في عملية التواصل والاتصال فيما بينهم فالكل يعرف واجبه اتجاه المؤسسة والكل ملزم بأداء عمله على أكمل وجه .

الجدول رقم (5): يوضح كيفية اتصال الموظفين فيما بينهم داخل المؤسسة

كيف يتم الاتصال بينكم داخل المؤسسة		
	التكرار	النسبة المئوية
مباشر	15	%75
غير مباشر	1	%5
رسمي	2	%10
غير رسمي	2	%10
المجموع	20	%100

التعليق:

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن 15 من المبحوثين يتصلون مباشرة مع بعضهم البعض داخل المؤسسة بنسبة 75% بينما بقية المبحوثين يتوزعون بنسبة 10 %في كل من الاتصال الرسمي و الغير الرسمي، و5 % يتوزعون في الاتصال الغير المباشر.

ومنه نستنتج أن الأسلوب الاتصالي الذي يفضله الموظفون هو الاتصال المباشر، لما له من أهمية في تسهيل العمل وكسر حاجز الخوف والحرج لدى العمال في طرحهم لانشغالاتهم، لأن

موظفي مديرية السياحة يعتبرون الاتصال المباشر أكثر مصداقية ويرون انه من خلال الاتصال المباشر تكون المعلومة بعيدة عن التشويش الذي قد يؤدي إلى مشاكل أخرى لا تكون في الحسبان ،وان الاتصال المباشر يكون في معاملات الموظفين فيما بينهم ،خاصة إذا كان الموظفين في نفس المكتب ،هذا الأمر لا يستدعي أن يرسل رسالة أو مراسلات مكتوبة ليخبرهم بوجود اجتماع مثلا :إخبارهم بعطلة تم برمجتها في نصف الأسبوع،ولأن السياسة الداخلية للمؤسسة تعتمد أكثر على الاتصال الغير المباشر فيما بين العمال داخل المؤسسة، أما الاتصال الرسمي يكون عند قدوم بعض الأجانب أو الزوار لأخذ بعض المعلومات على أحد الوكالات السياحية التابعة لها مثلا هنا يكون استقبالهم عن طريق ورقة رسمية تثبت صحة زيارتهم،أما الاتصال الغير رسمي والذي تساوى في النسبة مع الاتصال الرسمي فيكون بين الموظفين أثناء تكلمهم مثلا عن المواضيع والمستجدات التي تهم القطاع السياحي أو المواضيع الشخصية،المالية،أما الاتصال الغير مباشر وهو الأقل نسبة فيستعمل في الحالات التي تستدعي إرسال البرقيات .

الجدول(5-1): يوضح كيفية اتصال الموظفين فيما بينهم داخل المؤسسة حسب متغير الجنس:

كيف يتم الاتصال بينكم داخل المؤسسة						
الجنس						
	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مباشر	8	%40	7	%35	15	%75
غير مباشر	2	%10	0	%0	2	%10
رسمي	2	%10	0	%0	2	%10
غير رسمي	0	%0	1	%5	1	%5
المجموع	12	%60	8	%40	20	%100

التحليل الكمي:الجدول(6-1)

حسب الجنس:

يتبين من خلال نتائج الجدول أن الفئة الغالبة من المبحوثين الذين يفضلون الأسلوب المباشر بنسبة40%هم من فئة الذكور ، في حين سجلت نسبة 35%من نفس الأسلوب لدى فئة الذكور،وفي المقابل نرى أن الأسلوبين الغير مباشر والرسمي بنسبة 10% لدى الذكور وهو ما انعدم لدى

الجنس الآخر،في حين اختار البقية من الإناث الأسلوب الغير الرسمي بنسبة 5% وهو ما انعدم لدى فئة الذكور.

التحليل الكيفي:

وهذا ما يفسر أن أفراد العينة الغالبة من الذكور يستعملون الأسلوب المباشر وهو نفس الأسلوب المفضل لدى الإناث ، لكن ما هو معروف بان الإناث يفضلن الأسلوب الغير مباشر للتحفظ وتجنب الاختلاط خاصة في مجتمع كمجتمع المدية ،لم نلمسه لدى مبحثينا من الإناث ،بحيث أنه لا مشكلة لهن في الاتصال مع الجنس الأخر بل على العكس فهن يفضلن الأسلوب المباشر ،لأنهن رأينه أكثر عملية كونه يسهل من عملية اتصالهم مع بعضهم ويمنحهم فاعلية و مرونة في إنجاز العمل،ولان هذا ما تطلبه .

الجدول6: يبين الوسائل المستخدمة أثناء تواصل الموظفين داخل المؤسسة

ما هي الوسائل التي تستخدمونها أثناء تواصلكم داخل المؤسسة		
	التكرار	النسبة
الهاتف و الفاكس	11	%55
المراسلات المكتوبة	1	%5
لوحة الإعلانات	0	%0
الانترنت	8	%40
المجموع	20	%100

التعليق:

يوضح الجدول أعلاه الوسائل التي يستخدمها موظفو مديرية السياحة والصناعة التقليدية حيث كان استخدام الهاتف والفاكس بنسبة 55%،ثم تلتها الانترنت بنسبة 40%، أما المراسلات المكتوبة فكانت بنسبة 5% ،وهي النسبة الأضعف مقارنة بالنسب الأخرى،في حين انعدم استعمال لوحة الإعلانات.

وبالتالي نستنتج أن موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، مواكبين للوسائل التكنولوجيا الحديثة ومعتمدين عليها بشكل كلي في أداء عملهم، ومن بين التكنولوجيات التي يستخدمونها: الهاتف،الفاكس،الانترنت وهذا لسهولة استعمالها وتوفرها في جميع المكاتب، وتميزها بخاصية السرعة وربح الوقت والجهد ، ونلاحظ أن الهاتف و الفاكس، ومن خلال الميزة التي

تميزهما عن باقي الوسائل التي تستخدم في المؤسسات ، بأنهما كانا ولا يزالا يحتلان المراتب الأولى في الاقتناء ، و هذا ما يدل على سهولة استخدامهما وسرعتهما كما أنهما يستخدمان في كل الحالات الرسمية و الغير الرسمية ، و حتى المباشرة والغير المباشرة ، ولكن هذا لا ينفي استخدام الانترنت التي برمجت حديثا في المؤسسات الجزائرية والتي احتلت مكانة لم تكن في الحسبان ، والذي زاد من أهميتها أنها تستخدم في الأمور التي تتميز بمصداقية أكثر، أي في الأمور الرسمية التي تستوجب الطابع الرسمي و الفوري : أي عندما تكون هناك تعليمات حديثة وفورية كقدوم وفد من الأجانب ، هذا يتطلب إرسال وثيقة رسمية من قبل المدير عن طريق البريد الالكتروني إلى بعض الفنادق التابعة للمديرية، في هذه الحالة لن تكون هناك أية حجة في عدم استقبال هذه الوثيقة وهذا دليل على مصداقية و فورية هذه الوسائل التي لا نراها في الوسائل الأخرى.

الجدول (6-1): يبين الوسائل التي يستخدمها الموظفون أثناء تواصلهم داخل المؤسسة

الاقدمية							
الأقدمية	أقل من5سنوات		من 5الى 10		فوق 10سنوات		المجموع
الإجابة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الهاتف والفاكس	4	%20	3	%15	4	%20	11	%55
المراسلات	0	%0	1	%5	0	%0	1	%5
لوحة الإعلانات	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
الانترنت	2	%10	5	%25	1	%5	8	%40
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي و الكيفي: الجدول (6-1)

حسب الاقدمية:

من خلال الجدول يتبين أن 20%من المبحوثين يستخدمون الهاتف و الفاكس و لديهم أقدمية في العمل اقل من 5 سنوات ويرجع سبب استعمالهم لها لسهولتها ، كما أن كافة الموظفين يحسنون استخدامها فمعظم هؤلاء الشباب الذين بدأو العمل حديثا في المؤسسة ، أما استعمالهم للانترنت فكان

بنسبة 10%وهي أقل نسبة تجنبا لتضييع الوقت في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي و الاطلاع على الأخبار التي لا تمد للسياحة بأية صلة ، مقارنة بالمبحوثين الذين لديهم أقدمية من 5 إلى 10 سنوات و الذين يستخدمون الانترنت بنسبة عالية قدرت 25% كونهم يعتبرون من الركائز المهمة في المؤسسة كما أنهم يشكلون رؤساء المصالح و لهم علاقة بالجمهور و المؤسسات الخارجية ، لذلك يستخدمون الانترنت للاطلاع على مجريات السياحة في العالم ككل ، ومن خلالها يتم وضع الاستراتيجيات و الخطط السياحية للمؤسسة على المديين القريب و البعيد في حين يستخدمون المراسلات المكتوبة بنسبة 5% وهي أقل نسبة كمراسلات رسمية بين الإدارات و المكاتب الداخلية و الخارجية ،أما الموظفين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فيرجع سبب استخدامهم للهاتف و الفاكس بنسبة20% إلى كونهم يربطون العمل و العمال أي يعتبرون كحلقة ربط بين كافة أجزاء المؤسسة كونها وسيلة حديثة في المؤسسات الجزائرية و استعمالها ضعيف نسبيا .

الجدول رقم (7): يوضح مدى مساهمة وسائل الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بمديرية السياحة.

هل تساهم وسائل الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المديرية		
	التكرار	النسبة
كبير	16	%80
متوسط	3	%15
ضعيف	1	%5
المجموع	20	%100

التعليق:

نلاحظ أن نسبة80% من المبحوثين أكدت على أن وسائل الاتصال تساهم بشكل فعال في تحسين الاتصال الداخلي، في حين أن نسبة 5% فقط تأكد على أنها تساهم بشكل جد ضعيف ومنه نستنتج أن الموظفين على دراية بأهمية وسائل الاتصال و دورها في تحسين أداء المؤسسة واختصار الوقت.بما أن كل المؤسسات الجزائرية ذات الطابع العمومي تملك ما يسمى بالانترانت الذي يستخدم داخل المؤسسة وبين جمهورها الداخلي أي كلما كانت هناك تعليمات أو تبليغ عن بعض الترقيات تستعمل هذه التي تتميز بالسرعة و المصداقية في كل مستويات الاتصال، وهذا ما يثبت فعاليتها بشكل كبير، أما الاكسترانات التي تستعمل مع الجمهور الخارجي للمؤسسة مثلا في حالة زيارات لبعض الشخصيات للتعرف على المواقع السياحية الموجودة في ولاية المدية، هنا يتم استخدامها لإخبار الفنادق المعنية باستقبال هذا الوفد، أو الوكالة التي تتكفل بهم من بداية مشوارهم حتى ذهابهم وهذا ما يزيد من فعاليتها.

الجدول (7-1): يوضح مدى مساهمة وسائل الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بمديرية السياحة حسب متغير الجنس

هل تساهم وسائل الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة						
الجنس						
	الذكور		الاناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
كبير	11	%55	5	%25	16	%80
متوسط	1	%5	2	%10	3	%15
ضعيف	0	%0	1	%5	1	5%
المجموع	12	%60	8	%40	20	%100

هل تساهم وسائل الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسة								
الاقدمية في الوظيفة								
	أقل من5سنوات		من5-10		أكثر من10		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
كبير	5	%25	5	%25	5	%25	15	%75
متوسط	0	%0	4	%20	0	%0	4	%20
ضعيف	1	%5	0	%0	0	%0	1	%5
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول (7-1)

1-حسب الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول (7-1) أن نسبة 55% من الذكور أجابوا بأن وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي في مديرية السياحة والصناعة التقليدية،بينما أجاب 5% منهم بأن وسائل الاتصال تساهم بشكل متوسط في تحسين الاتصال داخل المديرية، في حين أن نسبة مساهمتها بشكل ضعيف منعدمة،أما الإناث فقد أجاب 25% منهن أن وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي في المديرية، بينما أجاب 10% منهن بأن وسائل الاتصال تساهم في تحسين الاتصال الداخلي في المديرية بشكل متوسط، و5% منهن أجبن بأنها تساهم بشكل ضعيف.

2-حسب الأقدمية في العمل:

نلاحظ من خلال الجدول(7-1) أن نسبة 25% من المبحوثين الذين لهم أقدمية أقل من 5 سنوات أجابوا بان وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي في مديرية السياحة والصناعة التقليدية، بينما أجاب 5% منهم بأنها تساهم بشكل ضعيف، وكانت النسبة معدومة في مساهمتها بشكل متوسط.

أما المبحوثين الذين لهم أقدمية من 5 إلى 10 فأجابوا أن وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي بالمديرية وكانت نسبتهم 25%،في حين أجاب 20% أنها تساهم بشكل متوسط، أما بشكل ضعيف فالنسبة كانت معدومة

أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات أجابوا بان وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي ونسبتهم 25%، في حين كانت النسبة معدومة في كل من المتوسط والضعيف.

التحليل الكيفي:

يتضح ومن خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول أعلاه،أن موظفو مديرية السياحة والصناعة التقليدية باختلاف جنسهم وأقدميتهم في العمل، يرون بأن وسائل الاتصال تساهم بشكل كبير في تحسين الاتصال الداخلي للمديرية، وهذا راجع لإيمانهم بان هذه الوسائل ونظرا لفعاليتها قادرة على ربط الاتصال بين الموظفين والإدارة، أو بين المؤسسة وجمهورها الخارجي، وقدرتها أيضا على تسهيل انتقال المعلومات بين كافة مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية، وهناك فئة لا يستهان بها، ترى بأن هذه الوسائل تساهم بشكل متوسط في تحسين الاتصال داخل المديرية، وهذا دليل على أنه رغم الدور الكبير الذي تلعبه هذه الوسائل في تحسين الاتصال إلا أنها تبقى عرضة للفساد والتلف والذي قد يودي بالمؤسسة إلى الوقوع في أزمات تحول دون تحقيق الأهداف.

الجدول(8): يوضح القضايا التي يناقشها الموظفون مع زملائهم داخل المديرية

ماهي القضايا التي تناقشونها مع زملائكم في العمل		
	التكرار	النسبة
إدارية	9	45%
سياحية	7	35%
أخرى	4	20%
المجموع	20	%100

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أن 9 من المبحوثين أجابوا بأنهم يناقشون القضايا الإدارية بنسبة 45%، بينما أجاب 7 منهم أنهم يناقشون القضايا السياحية بما نسبته 35%،أما باقي المبحوثين والمقدر عددهم ب 4 أفراد فأجابوا بأنهم يناقشون مواضيع أخرى .

وهذا راجع إلى أن كل مؤسسة جزائرية تملك في طابعها التعميم، وبعدها يأتي التخصيص، فالطابع العام لهذه المؤسسة هو الطابع العمومي الذي يستوجب الجدية والالتزام في العمل وهذا ما ينطبق على الموظفين الذي صرحوا بأنهم يناقشون المواضيع الإدارية، المالية، المهنية والعملية أما التخصيص فهو السياحة وهو ما صرحت به فئة لا يستهان بها من الموظفين حين أكدت اهتمامها بكل المواضيع التي تخص قطاع السياحة والصناعة التقليدية، والتي تساهم في النهوض به، وهذا

الأمر يعكس طابع المؤسسة ،إلى جانب هذا يتم مناقشة مواضيع أخرى كالأمور الاجتماعية والشخصية والأمور التي تكون بعيدا عن المؤسسة وخارجها....."حسب نظرية التعميم"

الجدول9: يبين اتصال الإدارة بالموظفين

هل تتصل الإدارة بالموظفين		
	التكرار	النسبة المئوية
دائما	12	%60
أحيانا	8	%40
نادرا	0	%0
المجموع	20	%100

التعليق:

نلاحظ أن نسبة 60%من المبحوثين والمقدر عددهم ب 12فردا، أكدوا على أن الإدارة في اتصال دائم بهم، في حين أكدت نسبة 40% والمقدر عددهم ب 8 أفراد من باقي المبحوثين أنها أحيانا ما تتصل بهم، بينما إمكانية الاتصال بهم نادرا فنسبتها معدومة.

ومنه نستخلص أن الإدارة مهتمة بشكل كبير بموظفيها، و أنها تسعى بشكل أو بآخر للاتصال بهم دائما، مهما كانت الظروف مثل تبليغ التعليمات أو إيصال الشكاوي أو الإخبار عن بعض الاجتماعات الفجائية، كما أن اتصال الإدارة بموظفيها يكون بناءا على طبيعة المهام أو الأعمال الموكلة أو المواضيع التي تستوجب إما سرعة التنفيذ أو ضرورة التفكير المطول.

الجدول رقم(9-1): يبين اتصال الإدارة بالموظفين

هل تتصل الإدارة بالموظفين							
الاقدمية في العمل							
	اقل من 5سنوات		من5-10		أكثر من10		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	2	%10	6	%30	4	%20	12	%60
احيانا	4	%20	3	%15	1	%5	8	%40
نادرا	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول (9-1)

حسب الاقدمية:

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين الذين لهم أقدمية أق من 5 سنوات والمقدر عددهم ب 4 أفراد يؤكدون على أن الإدارة أحيانا ما تتصل بموظفيها بنسبة 20%، والبعض الآخر والمقدر عددهم بفردين يؤكدون على أنها تتصل بهم دائما بنسبة 10%،أما المبحوثين الذين لهم أقدمية من 5 إلى 10 سنوات والمقدر عددهم ب 6 أفراد أجابوا بأنها تتصل بهم دائما بنسبة 30% وأجابت الفئة

المتبقية منهم و المقدر عددها ب3 أفراد أنها تتصل بهم أحيانا بنسبة 15%، أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات أجاب 4 أفراد منهم بأن اتصال الإدارة بهم يكون دائم، بما نسبته 20% ، وما تبقى منهم والمقدر عددهم بفرد واحد فقد أقرا بأن الاتصال يكون أحيانا بنسبة 5%.أما الاتصال نادرا فقد انعدمت نسبته لدى كل المبحوثين باختلاف أقدميتهم.

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين لهم اقدمية من 5سنوات إلى 10 فما فوق، يؤكدون على أن الإدارة تتصل بهم بشكل دائم ،باعتبارهم أصحاب الخبرة و الركيزة الأساسية التي تقوم عليها المؤسسة، و الفئة التي يتم الاستعانة بها وقت الحاجة و استشارتها في جل المواضيع التي تهم مصلحة المؤسسة، وهذا بحكم احتكاكهم بالموظفين و علاقاتهم الجيدة معهم.أما الفئة التي لها أقدمية أقل من 5 سنوات فيتم الاتصال بها أحيانا حسب تصريحاتها، ويرجع ذلك إلى أنها لا تملك الخبرة الكافية في هذا المجال، كونها حديثة التواجد في المؤسسة.

الجدول10: يبين أفضل طريقة لإيصال الانشغال إلى المسؤول

ماهية أفضل طريقة لإيصال انشغالك إلى المسؤول		
	العدد	النسبة%
مقابلة مباشرة	13	%65
اجتماعات	3	%15
هاتف	2	%10
إعلانات	2	%10
ندوات	0	%0
المجموع	20	%100

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أن 13 من المبحوثين والذين كانت نسبته 65 % يفضلون المقابلة المباشرة لإيصال انشغالهم إلى المسؤول، في حين أن 15%من المبحوثين والمقدر عددهم ب 3 أفراد يفضلون الاجتماعات،تليها الإعلانات والهاتف بنفس النسبة وهي 10%،في حين تنعدم إمكانية الاتصال عن طريق الندوات لإيصال الانشغالات.

ومنه نستنتج أن معظم موظفي مديرية السياحة يفضلون المقابلة المباشرة، ويعتمدون عليها بشكل كلي لإيصال انشغالهم إلى الإدارة، وهذا باعتبارها أكثر مصداقية وفورية في الوصول إلى حلول للانشغالات، بالإضافة إلى تأثيرها الكبير على المتلقي، وإمكانية حدوث رجع صدى فوري ،كما يلجئون للاجتماعات في الظروف الخاصة والتي تستوجب المناقشة والعمل الجماعي وروح الفريق للوصول إلى حلول سريعة واقتراحات بديلة، كما لا يمكن الاستغناء عن الهاتف وعن الإعلانات التي تتميز بخاصية الرجوع إليها متى اقتضى الأمر.

الجدول(10-1): يبين طرق إيصال الانشغال إلى المسؤول

ماهي طرق إيصال انشغالك إلى المسؤول						
الجنس						
	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مقابلة مباشرة	8	%40	5	%25	13	%65
اجتماعات	1	%5	2	%10	3	%15
هاتف	1	%5	1	%5	2	%10
إعلانات	2	%10	0	%0	2	%10
ندوات	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	12	%60	8	%40	20	%100

التحليل الكمي:الجدول(10-1)

حسب الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول (10-1) أن نسبة 40%من الذكور والمقدر عددهم ب 8 أفراد، يفضلون المقابلة المباشرة لإيصال انشغالهم إلى المسؤول، بينما تتوزع النسب الأخرى على كل من الإعلانات بما نسبته 10%، يليها الهاتف والاجتماعات بنفس النسبة و التي تعد الأضعف بنسبة5%،أما الإناث فقد أجاب عدد كبير منهن والمقدر ب 5 أفراد أي ما نسبته 25% أنهن يفضلن المقابلة المباشرة، بينما تتوزع النسب الأخرى على كل من الاجتماعات بما نسبته 10% والهاتف بنسبة 5%،في حين تنعدم كل من الإعلانات عند الذكور،والإعلانات والندوات عنك الإناث.

التحليل الكيفي:

وهذا ما يفسر أن أفراد العينة الغالبة من الذكور يستعملون المقابلة المباشرة لإيصال انشغالهم إلى المسئول، لأنهم يرونها الطريقة الأكثر سرعة ومصداقية في توصيل المعلومات دون تحريف أو زيادة أو نقصان، وبحكم أن الذكور يعملون في الميدان أكثر من تواجدهم داخل المؤسسة فهم يفضلون أيضا الإعلانات لإمكانية تواجدها الدائم داخل المؤسسة وإمكانية الإطلاع عليها، كما يتلقون من خلالها إجابة فورية، وهي نفس الطريقة المفضل لدى الإناث، حيث أن عنصر الإناث يفضلن المواجهة في توصيل الانشغال، وكذا التأثير على المسؤول، وأنها أكثر إغراء من الأساليب الأخرى،أما استخدامهن للإعلانات ينقص من فعالية وصول المعلومة.ولا يحقق لهن الأهداف المرجو و المتمثلة في التأثير .

الجدول رقم (11): يوضح مستويات الاتصال داخل المديرية

ماهي مستويات الاتصال التي تتم داخل المؤسسة		
	التكرار	النسبة المئوية
صاعد	6	%30
نازل	7	%35
أفقي	7	%35
المجموع	20	%100

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن النسب متقاربة في جميع مستويات الاتصال ، فالاتصال النازل و الأفقي كانا بنسبة 35%، أما الاتصال الصاعد فكان بنسبة 30%

ومنه نستخلص أن مديرية السياحة تعتمد على جميع مستويات الاتصال منها الصاعد والنازل والأفقي، وهذا راجع إلى طابع المؤسسة وطبيعة الأعمال الموكلة لكل موظف وذلك حسب رتبته.

الجدول(11-1): يوضح مستويات الاتصال حسب الأقدمية

ماهي مستويات الاتصال التي تستعمل داخل المؤسسة							
الأقدمية في العمل							
	أقل من5سنوات		من 5إلى10		أكثر من 10		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صاعد	3	%15	5	%25	3	%15	11	%55
نازل	2	%10	2	%10	1	%5	5	%25
أفقي	1	%5	2	%10	1	%5	4	%20
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول (11-1)

حسب الأقدمية:

يتضح من خلال الجدول أن المستويات التي احتلت الصدارة لدى المبحوثين الذين لهم أقدمية أقل من 5 سنوات هو المستوى الصاعد والذي قدر عددهم ب3 أفراد أي ما نسبته 15%،أما الأفقي فاحتل أضعف نسبة وهي 5% أي ما يعادل شخص واحد، والنازل بنسبة 10% ،مقارنة بالمبحوثين الذين لهم أقدمية من 5 إلى 10 سنوات، فيمارسون المستوى الصاعد بنسبة 25%، في حين يؤكد الباقي ممارستهم لكل من المستوى النازل والأفقي بنفس النسبة وهي 10%، أما المبحوثين الذين

لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فيمارسون المستوى الصاعد بنسبة 15%، والمستويين النازل والأفقي بنسبة 5%.

التحليلي الكيفي:

وهذا ما يفسر أن طبيعة العمل تحتاج إلى الاتصال الدائم لأقل موظف في المؤسسة برؤساء المصالح والمدير،وفي كثير من الأحيان ينقل رؤساء المصالح انشغالات الموظفين ومشاكلهم إلى المدير،وهو ما جعل هذه النسبة تكون أكبر في الاتصال الصاعد

فالاتصال الصاعد يستعمل بكثرة من قبل الموظفين العادين أثناء إيداعه م للشكاوي والطلبات مثل (طلب إجازة أو عطلة مرضية) إلى رؤساء المصالح أو المدير، كما يتمثل أيضا في إيصال انشغالات العمال من رؤساء المصالح إلى المدير، أمل الاتصال النازل فيتمثل في التعليمات و التوجيهات و القرارات و التوصيات و الأوامر التي يصدرها المدير،والتي تبلغ إلى الأمانة التي بدورها تقوم بتبليغها إلى موظفين أو رؤساء المصالح حسب طبيعة التعليمة، في حين أن الاتصال الأفقي يكون بين المكاتب أو المصالح .

الجدول رقم(12) : يبين اهتمام الإدارة بإيصال المعلومات و القرارات للموظفين

هل تهتم الإدارة بإيصال المعلومات و القرارات إلى كل المستويات		
	التكرار	النسبة المئوية
دائما	7	%35
غالبا	8	%40
أحيانا	5	%25
المجموع	20	%100

التعليق من خلال الجدول نلاحظ أن هناك تقارب في مدى اهتمام الإدارة بإيصال المعلومات دائما و غالبا بنسبة 35% إلى 40%، أما أحيانا فتمثل أقل نسبة و المقدرة ب25%.

ومنه نستنتج أن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية تسعى جاهدة إلى إيصال المعلومات والقرارات إلى كل موظفيها دائما وفي الوقت المحدد، نظرا لحساسية العمل السياحي والذي يتطلب الآنية في تبليغ القرارات خاصة إذا ما تعلق الأمر بالجولات السياحية وزيارات الأجانب.

الجدول (12-1) : يبين اهتمام الإدارة بتوصيل المعلومات إلى الموظفين

هل تهتم الإدارة بإيصال المعلومات و القرارات إلى كل المستويات داخل المؤسسة							
الاقدمية في العمل							
	أقل من 5 سنوات		من 5 الى10سنوات		أكثر من 10 سنوات		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	1	%5	3	%15	2	%10	6	%30
غالبا	4	%20	1	%5	3	%15	8	%40
أحيانا	1	%5	5	%25	0	%0	6	%¨30
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول (12-1)

حسب الأقدمية في العمل :

يبين الجدول السابق أن أغلبية المبحوثين الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات يؤكدون بأن اهتمام الإدارة بإيصال المعلومات و القرارات لهم يكون غالبا بنسبة 20%،أما دائما وأحيانا فكانتا بنفس النسبة والتي قدرت ب 5%،مقارنة بالفئة التي لديها الخبرة من 5 إلى 10 سنوات فهي ترى بأن الإدارة تهتم أحيانا بإيصال المعلومات وذلك بنسبة 25%، أما دائما فكانت بنسبة 15%، تليها غالبا

بأضعف نسبة والمقدرة ب5%،أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات أكدوا أن اهتمام الإدارة بإيصال المعلومات لهم يكون غالبا بنسبة 15%، في حين أن نسبة 10% أكدت بأنه دائم،أما غالبا فكانت نسبته معدومة.

التحليل الكيفي:

وهذا ما يفسر أن اهتمام الإدارة بإيصال القرارات والمعلومات دائما للفئة التي لها أقدمية لفترة طويلة، يرجع إلى كون هذه الفئة لها من الخبرة والمكانة التي تؤهلها أن تستشار في كل المواضيع باعتبارها الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الإدارة، في حين أن الفئة التي لها أقدمية أقل من 5 سنوات، فترى بأن اهتمام الإدارة بإيصال المعلومات والقرارات لها يكون في غالب الأحيان، بحكم أنها من فئة الشباب ، وأنه ليس لها خبرة كافية تستدعي الاتصال الدائم بها كونها إطارات حديثة في الميدان.

الجدول رقم (13): انتقال المعلومة داخل المؤسسة بشكل

هل يتم انتقال المعلومات داخل المؤسسة بشكل		
	التكرار	النسبة المئوية
سريع	8	%40
بطيء	0	%0
عادي	12	%60
المجموع	20	%100

التعليق : نلاحظ من خلال الجدول أن انتقال المعلومات داخل المؤسسة بشكل عادي احتل اكبر نسبة والتي قدرت ب 60% ، حيث كان عدد المبحوثين الذين أجابوا بذلك هو 12،في حين أن نسبة 40% من المبحوثين والذين قدر عددهم ب 8 أفراد أجابوا بان إنتقال المعلومات يتم بشكل سريع أما نسبة إنتقال المعلومات بشكل بطيء فكانت معدومة

ومنه نستنتج أن المعلومات تنتقل بشكل عادي في الأعمال الروتينية التي اعتادها الموظفين، أما بشكل سريع في الأعمال التي تتطلب سرعة توصيل المعلومة وهو ما يمثل النسبة 60%في الانتقال العادي و40% في الانتقال السريع.

الجدول رقم (13-1) يبين انتقال المعلومة داخل المؤسسة

هل يتم انتقال المعلومة بشكل							
الاقدمية في الوظيفة							
	أقل من5سنوات		من5الى10		أكثر من10	المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سريع	3	%15	2	%10	2	%10	7	%35
بطيء	0	%0	1	%5	0	%0	1	%5
عادي	3	%15	6	%30	3	%15	12	%60
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول(13-1)

حسب الأقدمية في العمل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين لهم أقدمية أقل من 5 سنوات، يؤكدون بأن انتقال المعلومات داخل المؤسسة يتم بشكل سريع وعادي بنسبة 15%، أما المبحوثين الذين لهم أقدمية من 5 إلى 10 سنوات، فيؤكد 6 أفراد منهم أن انتقال المعلومات داخل المؤسسة يتم بشكل عادي بنسبة 30%، بينما أكد 10% منهم أنها تتم بشكل سريع، في حين رأى 5% أن انتقال المعلومات يتم بشكل بطيء، أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فقد أجاب 3 منهم أن انتقال المعلومات يتم يشكل عادي بما نسبته 15%، بينما أجاب 2 منهم بأنها تتم بشكل سريع بنسبة 10%،في حين أن انتقالها بشكل بطيء معدومة.

التحليل الكيفي:

بالنظر إلى الموظفين الذين لديهم أقدمية في العمل من 5 إلى 10 سنوات والأكثر من 10 سنوات يرون بأن انتقال المعلومة يتم بشكل عادي وهذا راجع لخبرتهم الطويلة في المجال المهني، وكذا ممارستهم للاتصال الداخلي وانتقال المعلومات فيما بينهم باستخدام الوسائل الحديثة وبدونها، كما أن أغلب هؤلاء من كبار السن وأغلبهم لا يحسنون استعمال الوسائل الحديثة ولا يؤمنون بقدرتها في إيصال المعلومات، ويرون بأنها تضيع الوقت وتشكل عبئا في الاتصال، وبأنها غير آمنة، في حين أن الموظفين الذين لهم أقدمية أقل من 5 سنوات فيرون أن انتقال المعلومة يتم تارة بشكل عادي وتارة أخرى بشكل سريع وهذا راجع لولعهم بالتكنولوجيا الحديثة واستخدامهم الكثير والمتكرر لها، وكذا ممارستهم لجل أعمالهم بالاعتماد على التكنولوجيا بما فيها الانترنت والفاكس

وغيرها،وإرسالها أيضا بطريقة عملية أكثر عن طريق المواقع الالكترونية أو عن طريق البريد الالكتروني وغيرها من التكنولوجيات الحديثة، فمعظم هؤلاء من فئة الشباب والذين يميلون أكثر لكل ماهو حديث وعصري، لإيمانهم الكبير بقدرة هذه الوسائل في اختصار الوقت والجهد.

ثالثا: توضح الجداول التالية العلاقات العامة في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية وذلك من خلال العينة المدروسة، وهذا حسب جنسهم وأقدميتهم.

الجدول رقم (14): يبين العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة.

كيف ترى العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة		
	التكرار	النسبة المئوية
جيدة	2	%10
حسنة	18	%90
سيئة	0	%0
المجموع	20	%100

التعليق: نلاحظ أن 18 من المبحوثين أكدت أن العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة حسنة بنسبة 90%، في حين أكد باقي المبحوثين والمقدر عددهم بفردين أن العلاقات بين الموظفين جيدة بنسبة 10% و هي الأضعف، في حين أن إمكانية وجود علاقات سيئة بين الموظفين منعدمة.

ومنه نستنتج أن العلاقات القائمة بين الموظفين داخل المؤسسة علاقات عمل وفقط نظرا للطابع الإداري الذي تمتاز به المؤسسة، وان موظفي هذه المديرية في تواصل دائم من أجل تطوير

علاقاتهم الاجتماعية التي تساهم في خلق جو عملي مريح وهذه العلاقات الحسنة تؤدي إلى تبادل في المعلومات و الخبرات والأفكار ، مما يولد نوع من المنافسة بين أفراد هذه المؤسسة ، وهذا ما يزيد من المردودية الإنتاجية.

الجدول رقم (14-1):يبين العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة

كيف ترى العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة						
الجنس						
	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
جيدة	2	%10	0	%0	2	%10
حسنة	10	%50	8	%40	18	%90
سيئة	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	12	%60	8	%40	20	%100

كيف ترى العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة								
الاقدمية في العمل								
	أقل من 5		من 5الى 10		أكثر من 10		المجموع	
جيدة	1	%5	0	%0	1	%5	2	%10
حسنة	5	%25	9	%45	4	%20	18	%90
سيئة	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:

التحليل الكمي:(14-1)

1- حسب الجنس:

نلاحظ من خلال الجدول(14-1) أن نسبة الذكور الذين أجابوا بأن العلاقات بين الموظفين داخل المؤسسة علاقات حسنة قد بلغت 50%، في حين أجاب 10% منهم بجيدة،أما إمكانية وجود علاقات سيئة فكانت معدومة، أما عند الإناث فقد أجابت 40% منهن بأن العلاقات بينهم داخل المؤسسة حسنة،في حين انعدمت النسبة في كل من الجيدة والسيئة.

2- حسب الأقدمية :

نلاحظ من خلال الجدول (14-1) أن نسبة المبحوثين الذين لهم اقدمية أقل من 5 سنوات يرون أن العلاقات بين الموظفين هي علاقات حسنة بنسبة 25%، في حين يرى البعض منهم أنها علاقات جيدة بنسبة 5%، تليها الفئة التي تملك الاقدمية من 5 إلى10 سنوات فترى بأن العلاقات بين الموظفين حسنة بنسبة 45%، أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فيرون أن العلاقات بين الموظفين هي علاقات حسنة بنسبة 20%،في حين ترى البقية منهم أنها علاقات جيدة بنسبة 5%، أما إمكانية وجود علاقات سيئة فانعدمت لدى كل الفئات وباختلاف أقدميتهم.

التحليل الكيفي:

يتضح من خلال النتائج المتوصل إليها أن أغلبية المبحوثين من الموظفين على اختلاف جنسهم وأقدميتهم في العمل كانت إجاباتهم ب "حسنة"، أي أن علاقاتهم مع بعضهم لا تتعدى حدود العمل، ولا تخرج عن نطاقه وذلك تفاديا لحدوث أي مشاكل من شأنها أن تعرقل السير الحسن للمؤسسة أو تؤول دون تحقيقها لأهدافها،كما نلاحظ أن الموظفين الذين لهم اقدمية طويلة يؤكدون على أن علاقاتهم بباقي الموظفين حسنة بحكم خبرتهم في هذا المجال و تواجدهم الطويل في المؤسسة ومعرفتهم لعقليات الموظفين خاصة الجدد ما يسهل لهم ربط العلاقات معهم ومساعدتهم في أصعب الأمور التي قد تواجههم، ومحاولة تعريفهم بسياسة المؤسسة باعتبارهم جدد في المجال، و حتى الموظفين الذين لهم أقدمية قليلة يرون بأن علاقاتهم مع باقي الموظفين حسنة وذلك نتيجة التعاون والتشاور والتفاهم الذي لمسوه منذ اليوم الأول من تواجدهم في المؤسسة من قبل زملائهم في العمل

من خلال المعاملات التي تلقوها .

الجدول رقم (15): يبين مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين العملية الانتاجية.

هل ترى بان العلاقات العامة تساهم في تحسين العملية الإنتاجية		
	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	%90
لا	2	%10
المجموع	20	%100

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين و المقدر عددهم ب 18 فردا، كانت إجابتهم بنعم بنسبة 90% ،في حين أن أضعف نسبة إجابة بلا وهي نسبة ضئيلة جدا قدرت بـ10%.

ومنه نستنتج أن العلاقات العامة ساهمت بشكل فعال في تحسين العملية الإنتاجية داخل مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بالمدية،لان العملية الإنتاجية تزيد كلما كان هناك تفاعل بين أفراد المديرية ، أي كلما كان هناك تبادل في المعلومات و الأفكار خاصة في مجال السياحة ، كان هناك نوع من المنافسة بين الموظفين من حيث الإبداع في أعمالهم ، وبطبيعة الحال هذا الإبداع يزيد من عملية الإنتاج وهذا ما يعود على المؤسسة بالفائدة، وعليه فإن العملية الإنتاجية ترتفع أوتوماتيكيا بوجود علاقات جيدة بين الموظفين ، وبوجود روح الفريق و روح الاستماع والتكافل العمالي الذي يعود على المؤسسة بنتائج جيدة.

الجدول (15-1) : يبين مساهمة العلاقات العامة في تحسين العملية الإنتاجية

هل ترى بان العلاقات العامة تساهم في تحسين العملية الإنتاجية								
الاقدمية في العمل								
	أقل من 5		من 5الى10		أكثر من 10		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	5	%25	9	%45	5	%25	19	%95
لا	1	%5	0	%0	0	%0	1	%5
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي: الجدول (15-1)

حسب الاقدمية:

يتضح من خلال الجدول بان العلاقات العامة تساهم في العملية الإنتاجية بنسبة 25%لدى المبحوثين الذين لديهم أقدمية أقل من 5سنوات والذين قدر عددهم ب5 أفراد ،في حين أن نسبة 5% منهم أجابت إن العلاقات العامة لا تساهم في تحسين العملية الإنتاجية مقارنة بالمبحوثين الذين لهم أقدمية من 5 إلى 10 سنوات و الذين أكدوا بأنها تساهم في تحسين العملية الإنتاجية بنسبة 45% لتكون نسبة عدم مساهمتها معدومة بالنسبة لهم ، أما المبحوثين الذين لديهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فيؤكدون بان العلاقات العامة تساهم بنسبة 25% وهو عددهم الكلي في تحسين العملية الإنتاجية ،في حين تنعدم نسبة عدم مساهمتها لديهم .

التحليل الكيفي :

يتبين من الجدول أعلاه أن المبحوثين الذين لديهم أقدمية من 5 إلى أكثر من 10 سنوات يؤكدون بنسبة ساحقة على أن العلاقات العامة تساهم في تحسين العملية الإنتاجية ،وهذا راجع لخبرتهم الطويلة في هذا المجال و درايتهم التامة بالأهمية التي تلعبها العلاقات العامة في ربط الوحدات الإنتاجية و التنقل بينها بسهولة لتحسين صورة المنظمة و تحقيق التفاعل بين أجزائها من خلال تبادل الخبرات ،في حين ان المبحوثين الذين لهم اقدمية أقل من 5 سنوات يقرون بان العلاقات العامة لا تساهم في تحسين العملية الإنتاجية ، لكونهم حديثي التكوين و ليس لهم دراية بأهمية العلاقات العامة ودورها الفعال في تحقيق الأهداف المرجوة ، و لجهلهم للتوافق الذي يمكن أن تحدثه العلاقات بين الموظفين في الآراء و المواقف وهو ما يجعل المؤسسة تتطور و تستمر .

الجدول رقم(16): يبين هل توجد إستراتيجية واضحة للعلاقات العامة.

هل يوجد إستراتيجية واضحة للعلاقات العامة		
	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	%65
لا	7	%35
المجموع	20	%100

التعليق:

نلاحظ أن الإجابة بنعم احتلت الصدارة بنسبة 65% من إجابات المبحوثين الذين يقدر عددهم 13 في حين نجد أن نسبة 35% كانت للإجابة بلا للمبحوثين المقدر عددهم ب7 وهي نسبة ضعيفة مقارنة بإجابة الأولى.

ومن خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن إستراتيجية العلاقات العامة موجودة داخل المديرية، ويتم تطبيقها،والمتمثلة في برنامج سنوي تضعه الإدارة في ما يخص شبكة نظام العمل في المديرية عن طريق توحيد الرؤى بين المدير و الموظفين،كما يحوي أهم النشاطات التي تقوم بها المؤسسة وأهم الخرجات السياحية والزيارات الميدانية للآثار السياحية،وتوزيع المهام على العمال البسطاء ورؤساء المصالح والمكاتب، لكن الخلل في المبحوثين الذين أجابوا ب"لا" يؤمنون بوجود الإستراتيجية لكنها غير واضحة وهذا لعدم وجود مكتب للعلاقات العامة ولأن المدير هو من يقوم بعمل القائم بالعلاقات العامة.

الجدول (17): يبين مدى إيصال الإستراتيجية للأهداف

هل ترى بان هذه الإستراتيجية موصلة للأهداف		
	التكرار	النسبة
دائما	4	%20
أحيانا	14	%70
نادرا	2	%10
المجموع	20	%100

التعليق:

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 70% من المبحوثين المقدر عددهم 14 أجابوا بان إستراتيجية العلاقات العامة موصلة للأهداف في غالب الأحيان ،في حين أن نسبة 20% و المقدر عددهم ب 4 أفراد أكدوا بان هذه الاستراتيجيات موصلة لأهداف بشكل دائم ،في حين أن الفئة المتبقية من المبحوثين أجابت بان الإستراتيجية نادرا ما تكون موصلة للأهداف بنسبة 10% من إجمالي العينة.

وهذا ما يفسر أن المبحوثين الذين أكدوا بان إستراتيجية العلاقات العامة أحيانا ما تكون موصلة للأهداف وهذا راجع لعدم وضوحها بالنسبة لهم أو إلى سوء تطبيقها، خاصة بغياب المكلف بالعلاقات العامة الذي كان من شئنه توضيحها لهم وتعريفهم بمدى أهميتها في الإيصال للأهداف، باعتبارها منهجا يعتمد على التنسيق والتنظيم السليم، ومن بين هذه الإستراتيجيات

نذكر:إستراتيجية التركيز والتي تستعمل في أوقات الأزمات والمواقف الطارئة التي تقتضي التحرك السريع.

الجدول (17-1) يبين مدى إيصال الإستراتيجية للأهداف:

هل ترى بأن هذه الإستراتيجية موصلة للأهداف							
الاقدمية في العمل							
	أقل من 5 سنوات		من 5 إلى 10		أكثر من 10		المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	0	%0	2	%10	1	%5	3	%15
أحيانا	6	%30	5	%25	4	%20	15	%75
نادرا	0	%0	2	%10	0	%0	2	%10
المجموع	6	%30	9	%45	5	%25	20	%100

التحليل الكمي:الجدول (17-1)

حسب الاقدمية :

يتضح لنا من خلال الجدول السابق أن كل المبحوثين الذين لهم اقدمية أقل من 5 سنوات يؤكدون أن هذه الإستراتيجية أحيانا ما تكون موصلة للأهداف بنسبة 30% ،مقارنة بالمبحوثين الذين لهم أقدميه من 5 إلى 10 سنوات والذين أكدوا بأن هذه الإستراتيجية توصل للأهداف أحيانا بنسبة 25%، في حين أن نصف الفئة المتبقية منهم أكد بأن هذه الإستراتيجية موصلة للأهداف بشكل دائم، بينما صرح النصف الآخر أنها نادرا ما توصل للأهداف،أما المبحوثين الذين لهم أقدمية أكثر من 10 سنوات فقد أكدوا أن هذه الإستراتيجية أحيانا ما توصل للأهداف بما نسبته 20% ،في حين أكد 5% من إجمال العينة أنها دائما ما تكون موصلة للأهداف.

التحليل الكيفي:

خلال النتائج المتوصل إليها أن أغلبية المبحوثين من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية و رغم تفاوتهم من حيث الأقدمية في الوظيفة، إلا أن إجاباتهم كانت بأن إستراتيجية العلاقات العامة أحيانا ما تكون موصلة للأهداف، وهذا راجع لعدم اقتناعهم الكلي بأهمية تواجد مثل هذه الاستراتيجيات في كل مؤسسة ، وظنهم أن هذه الاستراتيجيات لا يتم اللجوء إليها إلا في حالة حدوث خلل أو تعرض المؤسسة لأزمة من الأزمات من شأنها أن تعرقل تحقيق الأهداف .

الجدول رقم(18): يبين إمكانية مواجهة المؤسسة لأزمة من الأزمات

هل سبق وواجهت مؤسستكم أزمة من الأزمات		
	التكرار	النسبة المئوية
نعم	5	%25
لا	15	%75
المجموع	20	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم المبحوثين والمقدر عددهم ب 15 فردا، أكدوا أن المؤسسة لم تواجه أية مشاكل، وذلك بنسبة 75%، في حين أن نسبة 25% من المبحوثين أقروا بان مؤسستهم واجهت مشاكل .

ومنه نستنتج أن النسبة الكبيرة من المبحوثين الذين أجابوا بأن مؤسستهم لم تواجه أي أزمة من الأزمات يعتبرون بأن الأزمة هي أكبر من المشاكل الداخلية التي تقع بين العمال، كالضائقة المالية، ضياع السياح الأجانب، سرقة الآثار، أو تخريب المنشآت السياحية، أما المبحوثين الذين أجابوا بأن مؤسستهم تعرضت لعدة أزمات ينظرون إلى الأزمة على أنها تلك المشاكل الصغيرة التي تقع بين العمال مثل: الغياب الغير مبرر أو الغياب عن الاجتماعات،أو عدم احترام التوقيت المحدد لبداية ونهاية الدوام،وكان أسلوب الخروج منها عقد اجتماعات طارئة، تنبيه الموظفين المتسببين في هذه المشاكل عن طريق إنذارهم شفهيا أو كتابيا.

رابعا: توضح الجداول التالية الاتصال الداخلي وتفعيل العلاقات العامة في مديرية السياحة والصناعة التقليدية وذلك من خلال العينة المدروسة، وهذا حسب جنسهم واقدميتهم .

الجدول رقم(19): يبين مساهمة الاتصال في تحسين العلاقات العامة.

في رأيك هل الاتصال الداخلي يساهم في تحسين علاقات الموظفين فيما بينهم		
	التكرار	النسبة
نعم	20	100%
لا	0	0%
المجموع	20	100%

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن كل المبحوثين أجابوا بأن الاتصال الداخلي يساهم في تحسين علاقات الموظفين فيما بينهم بنسبة 100%.

ومنه نستنتج أن جميع موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية يؤكدون على أن الاتصال الداخلي يساهم في تحسين العلاقات العامة بينهم وبين الإدارة، باعتباره من الوظائف الأساسية في المؤسسة والخطوة الهامة التي عن طريقها تنشأ أي علاقة من العلاقات، فنجاح أو فشل أي علاقة مرتبط بنجاح الاتصال أو فشله، أي أن وجود اتصال داخلي ناجح يؤدي حتما إلى وجود علاقات ناجحة وسليمة ومضبوطة، وهذا ما وضحه مالك بن نبي في كتاب أصول النهضة.

الجدول20: يوضح عمل وسائل الاتصال داخل المؤسسة

وسائل الاتصال داخل المديرية تسمح		
	التكرار	النسبة
تحقيق التعاون	9	%45
تدعيم الثقة	3	%15
التنسيق	8	%40
المجموع	20	%100

التعليق:

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت متقاربة ما تحقيق التعاون والتنسيق أي 45%،40% على الترتيب، في حين أن أضعف نسبة والمقدرة ب 15% أجابت بأن وسائل الاتصال داخل مديرية السياحة والصناعة التقليدية تسمح بتدعيم الثقة.

ومنه نستنتج أن وسائل الاتصال الداخلي التي يعتمد عليها موظفو مديرية السياحة والصناعة التقليدية خلقت نوع من التعاون لا مثيل له بين موظفيها، من خلال ربط شبكة العمال بعضهم ببعض والتنسيق بين مختلف وحدات المؤسسة، وفي نفس الوقت تساهم في اختصار الوقت والجهد.

الجدول رقم(21): يبين إمكانية حل الاتصال الداخلي لمشكل العلاقات العامة

هل الاتصال الداخلي يساعد في حل مشكل العلاقات العامة داخل مديرية السياحة		
	التكرار	النسبة
نعم	17	%85
لا	3	%15
المجموع	20	%100

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 85%من الموظفين كانت إيجابتهم بأن الاتصال الداخلي يساعد حل مشكل العلاقات العامة داخل مديرية السياحة والصناعة التقليدية، في حين تقابلها نسبة 15%وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالنسبة الأولى التي كانت إيجابتهم بأن الاتصال لا يساعد في حل مشكل العلاقات في المؤسسة.

ومنه نستنتج أن الاتصال الداخلي يلعب دورا كبيرا في حل مشكل العلاقات العامة داخل مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، فهو يسمح بتسهيل الوظيفة ووفهم النشاطات الموكلة لهم والأهداف المسطرة بشكل أحسن، فمهمة وضع معالم الاتصال الداخلي هي مهمة جميع القوى الفاعلة داخل المؤسسة،من خلال وضع إستراتيجية عمل من اجل تحصيل أحسن للأوضاع وتحسين للأداء الوظيفي، وهذا ما جعل منها مؤسسة ناجحة ولا تعاني من أي مشاكل ، ويرجع جل المبحوثين سبب مساهمة الاتصال في حل مشاكل العلاقات إلى:أنه يساهم في توصيل المعلومات

بشكل جيد ما يؤثر على أداء الموظفين من ناحية العلاقات سواء الداخلية أو الخارجية، كما أنه يسمح بالربط بين جميع المصالح والمستويات داخل المنظمة ويخلق ما يسمى بالتكاثف العمالي الذي يجعل طريقة العمل والعلاقات داخلها عبارة عن حلقات مترابطة، في حين أن الفئة المتبقية من العينة المدروسة والتي ترى بأن الاتصال لا يحل أي مشاكل يرجع لمفهومها الضيق للعلاقات العامة وربطها فقط بالأمور الشخصية.

الاستنتاجات:

من خلال دراستنا ومن المعطيات التي أجرينا عليها الدراسة الميدانية بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية سمح لنا من معرفة واقع ا لاتصال الداخلي وإستراتيجية العلاقات العامة المطبقة في المديرية

وبعد إجرائنا للمقابلة مع بعض الموظفين والحرفيين ومن لديه علاقة وطيدة بالمديرية تبين لنا أن لهم دراية تامة بأهمية ودور الاتصال الداخلي و العلاقات العامة في تسيير المصالح، داخل المديرية أي بين الموظفين وبين المدير الذي صرح بأنه القائم بالعلاقات العامة ورؤساء المصالح والموظفين ، كما يرون أنها وظيفة أساسية تمارسها كل إدارة ولها مهام وبرامج يكلف بها القائم بالعلاقات العامة كتقنية اتصالية تعمل على تحقيق أهداف المديرية على جميع الأصعدة .

كما لاحظ نا أن هذا المكتب غير موجود بال مديرية بالإضافة إلى عدم وجود خلية الإعلام والاتصال على مستوى الهيكل التنظيمي للمؤسسة مما أدى إلى تراكم الأعمال وتداخلها بسبب غياب التنظيم .

وبالرغم من غياب هذا المكتب بالمديرية إلا أن أهمية الاتصال وفعاليته بال مؤسسة اعتنت به وأعطته مكانة اللازمة في العلاقات العامة لأجل تحقيق الأهداف المسطرة.

حيث يعد الاتصال ركيزة أساسية في العلاقات العامة التي تعد بدورها ركيزة من ركائز ال مديرية والتي تدفعها الى الرقي والازدهار كما أن الاتصال يهيئ جو مريح من المناقشة والنشاط والحركية من اجل تقديم الأفكار والمقترحات الجديدة وخلق علاقات إنسانية حسنة وجيدة تتسم بروح التعاون والتفاهم المشترك بين الموظفين.

و تعتمد المديرية على سياسة تسمح بتسيير المعلومات تنازليا وتصاعديا وخاصة أفقيا المتمثلة في تعدد وسائل الاتصال وتنوعها.

إن واقع العلاقات العامة في مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية المدية مجسد كمفهوم نظريا ولكن لم يجسد بعد على ارض الواقع.

وبالنظر لدور مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية المدية في تحقيق التنمية المحلية، خاصة منها الصناعات التقليدية والحرف التي تمتلك فيها ميزة، نجد أن هذا القطاع مازال لا يحقق المساهمة المتوقعة منه كقطاع اقتصادي فعال وعنصر محفز لدفع عجلة التنمية،

حيث تعترض هذه المؤسسات بعض العقبات والصعوبات، وهو الأمر الذي جعل السلطات تقوم بالعديد من الإجراءات منها:

- تخصيص مبالغ مالية وبرامج إنعاش اقتصادي لتطوير وتمويل المؤسسات والفنادق السياحية وكذا مراكز التسلية
- مرافقة المؤسسات الحرفية وتفعيل دورها ودعمها.
- التنسيق مع الهيئات المركزية على جلب ورصد التمويلات الممنوحة لمختلف القطاعات الاستثمارية في إطار التعاون بين الولايات من أجل توسيع وترقية مختلف المؤسسات الحرفية.
- إعداد إستراتيجية واضحة مبنية على أساس من الواقعية من أجل تمكينها من ممارسة نشاطها في أحسن الظروف، وإعطاء دور حيوي للفنادق في الاقتصاد الوطني

كما تساهم العلاقات العامة في صنع القرار بمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية المدية، ويكمن ذلك من خلالها إشراك جميع الفاعلين في القطاع وزرع الثقة بين المؤسسة وجمهورها، ومد جسور التواصل بين مختلف المديريات وغرف الحرف والمستثمرين في القطاعين العام والخاص .